

## Aproape jumătate dintre IMM-urile din România au implementat o soluție de digitalizare în ultimii 3 ani (studiu)

**Teama ca ar putea pierde controlul asupra afacerilor, dificultatea în a identifica realist, corect și concret nevoile de digitalizare ale propriei companii, deficitul de consultanți în designul de proiecte de digitalizare, care să analizeze business-urile și să explice soluțiile tehnice, dar și bugetul disponibil versus costurile soluțiilor tehnice sunt principalele bariere pe care IMM-urile din România le-au avut în 2023 față de digitalizarea propriilor organizații, arată un studiu realizat de Cult Research pentru compania Life is Hard (LIH).**

Potrivit studiului, companiile active în sectoare precum industrie (prelucrătoare, alimentară etc.) respectiv transport și depozitare au avut în 2023 un nivel mediu de digitalizare, conform propriilor evaluări, în timp ce pozițiile din topul digital au fost ocupate de firmele din telecomunicații și tehnologie.

Deși 84% dintre respondenți declarau că au auzit despre programele naționale de digitalizare derulate în România, iar 27% ca au și aplicat la acestea, o bună parte - 26% dintre companiile aplicante - aveau în continuare dificultăți în înțelegerea nevoilor tehnologice ale propriilor companii și identificarea soluțiilor adecvate, blocajul resimțit cel mai puternic fiind în agricultură.

"Obstacolele pe care companiile antreprenoriale le au în fața digitalizării pot fi depășite cu eforturi cumulate din partea noastră, a industriei de IT, respectiv programe guvernamentale de educare a mediului antreprenorial. Ca să urcăm în topul DESI, unde România se află la coada clasamentului, sunt necesare investiții. Consolidarea echipelor de consultanți tehnici cu competențe de comunicare avansate ar fi o contribuție pe care o aducem la educarea pieței, deoarece studiul Life is Hard arată limpede că, în acest moment, majoritatea IMM-urilor nu au reprezentarea concretă a beneficiilor digitalizării și nici disponibilitatea de a alocă resurse pentru a înțelege procesele de transformare. În același timp, programele publice de educație pentru digitalizarea afacerilor derulate de statul român și sincronizate cu eforturile noastre, ale industriei, ar fi benefice, iar recuperarea ecartului în digitalizare față de țări vecine din regiunea CEE ar aduce cu certitudine puncte importante și atât de necesare de creștere a PIB-ului", este de părere Catalin Chis, antreprenor și director general al companiei.

Studiul derulat de Cult Research vine și cu o serie de vestii bune, potrivit LIH, respectiv IMM-urile care au depășit o parte din blocaje și au făcut pași relevanți în a-și automatiza mai multe procese interne (1 din 10, conform studiului) se declară multumite (75%) cu rezultatele obținute în raport cu investițiile și așteptările lor inițiale, respectiv iau în calcul în bugetele pentru 2024 sume destinate digitalizării.

De asemenea, studiul mai arată că aproximativ jumătate dintre IMM-urile din România au implementat o soluție de digitalizare în ultimii 3 ani, iar cele mai frecvent utilizate sunt soluțiile de contabilitate (57%), pontaj (43%), managementul vânzărilor (40%) și securitate cibernetică (38%).

Deși într-un ritm mai lent, IMM-urile încep să perceapă digitalizarea ca pe un proces care aduce creștere și plus valoare, dacă depășește simpla renunțare la hârtie și include componente de automatizare, dublate de un nivel crescut de securitate cibernetică.

"Peste 70% dintre companiile intervievate declară că iau în calcul pentru 2024 bugete destinate transformării digitale a organizațiilor lor, chiar dacă nivelul bugetat nu este cel ideal. Intenția arată că managerii sunt conștienți că digitalizarea are puterea să potentzeze afacerile, chiar dacă nu știu exact care ar fi beneficiile", spune Chis.

În acest context, Life is Hard punctează principalele cinci tendințe pe care piața le are de urmărit în 2024, pentru a

crește ritmul digitalizării IMM-urilor din România, prima fiind preferința pentru modelul de lucru de tip abonament.

Astfel, există un interes crescut pentru modele de pret bazate pe abonament, care oferă predictibilitate și accesibilitate financiară, în locul platilor unice mari sau a costurilor ascunse. 37% dintre participanții la studiu menționează costurile cu soluțiile digitale ca fiind o provocare pentru companiile lor și își doresc transparență maximă în relația cu furnizorul lor.

A doua tendință este aceea că industria IT are nevoie de o nouă etapă de dezvoltare de competențe: soft skills. Crește cererea pentru specialiști IT care nu doar că au competențe tehnice, ci și abilități de a analiza, înțelege și explica nevoile de afaceri ale IMM-urilor. Ghidarea echipelor clientului pe tot parcursul procesului este un aspect vital în implementarea soluțiilor digitale, iar investițiile în acest domeniu din partea jucătorilor din IT care furnizează soluții de digitalizare și automatizare de procese devin un must-have în 2024.

"Creșterea nivelului de digitalizare al IMM-urilor în România depinde de patru factori importanți: îmbunătățirea nivelului de literatură digitală a antreprenorilor români, formarea unor specialiști în domeniul IT cu abilități de analiză a nevoilor și design de soluții adaptate acestor nevoi, creșterea încrederii antreprenorilor față de companiile de IT pentru a se deschide mai mult, respectiv adaptarea soluțiilor la bugetele disponibile din partea IMM-urilor. Practic, mediul antreprenorial românesc are nevoie de programe ample de educație digitală, care să pornească de la creșterea constientizării nevoilor de digitalizare din companie", explică Paul Acatrini, Managing Partner Cult Research.

De asemenea, studiul relevă faptul că este în creștere nevoia de personalizare și apetitul pentru securitate și AI. Astfel, rezultatele studiului indică faptul că, în proporție de 52%, IMM-urile își doresc soluții tehnologice dezvoltate specific pentru nevoile și particularitățile afacerilor lor. În același timp, interesul pentru soluții de securitate cibernetică și cele bazate pe inteligența artificială se află în curba ascendentă, pe măsură ce IMM-urile încep să recunoască importanța securității datelor și eficientizarea proceselor prin tehnologie avansată.

Percepția echipelor în cadrul acelor IMM-uri care au deja procese automatizate arată că majoritatea angajaților sunt mulțumiți, iar munca lor este tot mai eficientă pe măsură ce nivelul de transformare digitală sporește.

A patra tendință: campaniile de educație pot accelera ritmul de transformare digitală a IMM-urilor. Tendințele indică faptul că managerii întreprinderilor mici și mijlocii vor să înțeleagă mai bine opțiunile și tehnologia IT&C pentru a le integra eficient în afacerile lor. Însă pentru a identifica soluțiile potrivite pentru specificul business-ului este nevoie de creșterea nivelului de înțelegere digitală. Facute corect și cât mai rapid, campaniile de informare și educație a mediului antreprenorial pot avea impact pozitiv direct asupra dezvoltării companiilor mici și mijlocii, se mai spune în studiu.

Ultima tendință este puterea exemplului, un element de influență pentru decizia de start a "valului 2". Acele IMM-uri care se află într-o etapă mai avansată de automatizare funcționează ca influențatori ai deciziei pentru companiile aflate la începutul drumului lor digital. Acestea au nevoie de confirmări și recomandări, de validarea faptului că firmele digitalizate în "primul val" au rezultate bune și furnizori pe care se pot baza - conform studiului derulat de Cult Research.

"Digitalizarea începe să fie percepută nu doar ca un posibil avantaj competitiv, ci ca o necesitate de business pentru IMM-uri. Este încurajator să vedem că un număr tot mai mare de companii mici și mijlocii recunoaște importanța acestui proces și manifestă interes pentru investiții în soluții tehnologice adaptate nevoilor lor. Cu atât mai mult în contextul în care, la nivel european, unul dintre obiectivele deceniului digital este ca 90 % dintre IMM-uri să atingă un nivel de bază al integrării tehnologiilor digitale în activitate, până în 2030. Ne așteptăm la un 2024 în care statutul nostru de partener-cheie pentru digitalizare din industria de asigurări, câștigat deja în piața

prin toate produsele noastre, sa se extinda treptat si catre alte domenii", concluzioneaza Catalin Chis.

Studiul "Digitalizare IMM" derulat de Cult Research are caracter reprezentativ la nivel national, a inclus atât o componenta cantitativa, cât si una calitativa, si a fost derulat pe un esantion de 400 de întreprinderi mici si mijlocii din România din diverse segmente de business: Informatii si comunicatii, Industrie, Consultanta si intermediere, Constructii, Servicii sociale, Transport si depozitare, Marketing, publicitate si media, Agricultura, Silvicultura si pescuit si altele.

Life is Hard este prima companie româneasca de software listata la BVB, piata AeRo, segmentul Premium, iar din 2021 face parte din indicele BET AeRO. Compania are 19 ani de activitate, iar în 2020 a intrat în proces de dezvoltare accelerata prin achizitii si fuziuni, care i-au crescut semnificativ rezultatele financiare si pozitia pe piata.

Activitatea ecosistemului de business Life is Hard este concentrata pe digitalizare pentru companii si comunitati, cu focus crescut pe industria de asigurari si IMM-uri.